



# 6.29%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 5 JUL 2025, 2:42 PM

## Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

**IDENTICAL** 0.11%    **CHANGED TEXT** 6.18%    **QUOTES** 0.12%

## Report #27341063

**1 13** BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Kerja Profesi Kuliah Kerja Profesi (KKP) merupakan pintu gerbang menuju dunia kerja bagi mahasiswa. **1** Selama melaksanakan KKP, mahasiswa dapat langsung mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama masa kuliah untuk memperoleh wawasan dan pengalaman dari perusahaan tempat penerapannya. Mahasiswa juga dilatih untuk melakukan pekerjaan profesional dalam waktu kerja yang sesungguhnya. KKP adalah bentuk layanan mahasiswa kepada perusahaan dan instansi pemerintahan yang sesuai dengan bidang keahliannya. **1** Mahasiswa berperan dalam pemberdayaan masyarakat dan pengembangan diri secara optimal. Berfokus pada pengembangan sains, teknologi, dan seni, mahasiswa turut menyelesaikan berbagai permasalahan yang ada di lapangan. Kerja Profesi (KP) di Universitas Pembangunan Jaya adalah langkah dan proses bagi mahasiswa untuk melatih keterampilan selama berada di lingkungan perusahaan. Melalui program ini, mahasiswa akan mendapatkan tambahan wawasan, pengetahuan, keterampilan, dan etika sosial—terutama dalam lingkungan kerja—sebagai bekal sebelum benar-benar terjun ke dunia kerja. **1 5** Program Kerja Profesi merupakan mata kuliah wajib di Universitas Pembangunan Jaya. Aktivitas ini memberikan gambaran yang lebih luas dan mendalam mengenai dunia kerja, sekaligus menjadi kesempatan bagi mahasiswa untuk menerapkan teori yang telah dipelajari serta berlatih menganalisis dalam konteks nyata. **15** Kerja Profesi dilaksanakan selama ±400 jam atau kurang lebih tiga bulan. **1** Praktikan

melaksanakan Kerja Profesi di ASTRIDO DAIHATSU dan ditempatkan pada Divisi Sales Marketing. Penempatan ini sesuai dengan program studi yang ditempuh oleh praktikan. Judul laporan yang diangkat adalah "Aktivitas Kerja Profesi pada Divisi Sales Marketing di ASTRIDO DAIHATSU", yang relevan dengan aktivitas yang dilakukan selama masa kerja profesi. 8 Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan industri otomotif di Indonesia mengalami pertumbuhan yang cukup pesat dan menggembirakan. Hal ini didorong oleh meningkatnya kebutuhan masyarakat akan kendaraan pribadi yang tidak hanya berfungsi sebagai alat transportasi, tetapi juga sebagai simbol gaya hidup dan status sosial. Mobil menjadi kebutuhan yang semakin esensial bagi banyak orang, terutama di kota-kota besar di mana mobilitas tinggi dan aktivitas sehari-hari sangat bergantung pada kendaraan yang aman, nyaman, dan efisien. Fenomena urbanisasi yang terus berlangsung membuat kebutuhan akan kendaraan bermotor, khususnya mobil, semakin meningkat. Banyak masyarakat yang berpindah ke wilayah perkotaan demi kesempatan kerja dan pendidikan yang lebih baik, sehingga kendaraan pribadi menjadi solusi utama untuk memenuhi kebutuhan mobilitas mereka. Selain itu, peningkatan daya beli masyarakat Indonesia juga turut berkontribusi terhadap pertumbuhan industri otomotif. Masyarakat kini memiliki lebih banyak pilihan pembiayaan yang fleksibel, mulai dari kredit kendaraan bermotor hingga leasing yang memudahkan proses pembelian. Kondisi ini membuat pasar otomotif di Indonesia menjadi sangat kompetitif dan dinamis. Di tengah kondisi pasar yang berkembang tersebut, dealer kendaraan bermotor memegang peranan penting dalam rantai distribusi produk otomotif dari produsen ke konsumen akhir. Dealer tidak hanya berfungsi sebagai tempat penjualan kendaraan, tetapi juga menjadi pusat layanan 2 pelanggan, termasuk perawatan, penggantian suku cadang, dan pelayanan purna jual lainnya. Persaingan antar dealer semakin ketat, bukan hanya dari segi harga, tetapi juga kualitas layanan, fasilitas, dan strategi pemasaran yang diterapkan. Oleh karena itu, perusahaan-perusahaan otomotif harus mampu berinovasi secara terus-menerus agar dapat menarik

minat konsumen dan mempertahankan loyalitas mereka dalam jangka panjang. Salah satu faktor penentu keberhasilan dealer dalam menghadapi persaingan tersebut adalah keberadaan divisi pemasaran atau marketing yang kuat dan efektif. Peran tenaga marketing saat ini sudah jauh melampaui sekadar menjual produk. Mereka menjadi ujung tombak perusahaan dalam membangun komunikasi yang efektif dengan pelanggan. Tenaga marketing harus memiliki kemampuan untuk memahami perilaku dan kebutuhan konsumen, membaca tren pasar, menyusun strategi promosi yang tepat sasaran, dan yang paling penting adalah membangun hubungan yang berkelanjutan dengan pelanggan. Di sinilah peran komunikasi pemasaran menjadi sangat krusial, terutama dalam industri otomotif yang terus berubah dan penuh tantangan. Sebagai mahasiswa Program Studi Manajemen, kesempatan untuk terlibat langsung dalam dunia kerja melalui praktik kerja profesi menjadi pengalaman yang sangat berharga. Melalui praktik kerja ini, mahasiswa tidak hanya sekadar belajar teori di bangku kuliah, tetapi juga dapat mengaplikasikan konsep-konsep komunikasi pemasaran yang telah dipelajari dalam situasi nyata di lapangan. Pengalaman langsung ini membuka wawasan mengenai dinamika dunia kerja, tantangan yang dihadapi perusahaan, serta solusi yang dijalankan untuk mencapai tujuan bisnis. Bidang komunikasi pemasaran yang menjadi fokus utama dalam praktik kerja profesi sangat relevan dengan berbagai materi pembelajaran dalam Program Studi Ilmu Komunikasi. Mahasiswa mempelajari berbagai aspek komunikasi mulai dari komunikasi interpersonal, komunikasi organisasi, hingga komunikasi pemasaran yang melibatkan penggunaan media dan teknologi informasi. Semua teori ini memberikan landasan yang kuat bagi mahasiswa untuk memahami bagaimana perusahaan menyampaikan pesan, mempromosikan produk, dan membangun citra positif di mata konsumen. Astrido Daihatsu merupakan pilihan yang sangat tepat sebagai tempat pelaksanaan praktik kerja profesi. Dealer resmi kendaraan Daihatsu ini berlokasi di Tangerang Selatan dan berada di bawah naungan Astrido Group, sebuah perusahaan yang telah berpengalaman lebih dari empat dekade di industri otomotif Indonesia. Astrido Daihatsu

dikenal tidak hanya sebagai dealer yang menjual kendaraan, tetapi juga sebagai pusat layanan lengkap yang menyediakan layanan purna jual berkualitas, termasuk servis berkala, penyediaan suku cadang asli, serta pembiayaan dan asuransi kendaraan. Melakukan praktik kerja profesi di Astrido Daihatsu memberi peluang besar bagi mahasiswa untuk belajar langsung dari para profesional yang berkompeten di bidangnya. Dalam divisi marketing, praktikan dapat mengamati bagaimana strategi promosi dirancang dan dijalankan secara efektif. Mereka juga dapat mempelajari teknik penjualan yang digunakan untuk membangun hubungan baik dengan pelanggan, mulai dari pendekatan awal hingga proses closing penjualan. Selain itu, mahasiswa juga berkesempatan terlibat dalam pembuatan materi promosi, pengelolaan konten media sosial, pendampingan penjualan, dan evaluasi hasil kerja tim marketing. Lebih dari itu, pengalaman bekerja di Astrido Daihatsu juga memperkaya pemahaman tentang bagaimana sebuah organisasi bisnis beroperasi secara menyeluruh. Praktikan dapat melihat secara langsung bagaimana koordinasi antar divisi berjalan, bagaimana pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan data dan analisis pasar, serta bagaimana 4 perusahaan beradaptasi dengan perubahan tren dan permintaan konsumen. Ini menjadi pengalaman yang sangat penting dalam membentuk kesiapan mahasiswa menghadapi dunia kerja sesungguhnya. Praktik kerja profesi juga menjadi sarana bagi mahasiswa untuk mengembangkan berbagai soft skill yang tak kalah penting, seperti kemampuan komunikasi interpersonal, kerja sama tim, manajemen waktu, serta penyelesaian masalah secara efektif. Melalui interaksi sehari-hari dengan pelanggan, rekan kerja, dan atasan, mahasiswa dilatih untuk lebih adaptif, responsif, serta mampu berpikir kritis dan kreatif dalam menghadapi berbagai situasi yang muncul di tempat kerja. Soft skill ini menjadi modal utama yang sangat dibutuhkan di dunia profesional yang serba cepat dan kompetitif. Keseluruhan rangkaian pengalaman dan pembelajaran yang diperoleh selama praktik kerja profesi di Astrido Daihatsu diharapkan dapat menjadi modal yang sangat berharga bagi mahasiswa Program Studi Ilmu

Komunikasi. Mereka tidak hanya mendapatkan pemahaman mendalam tentang dunia pemasaran otomotif, tetapi juga mengasah kemampuan praktis yang akan sangat membantu dalam membangun karier setelah lulus nanti. Selain itu, kontribusi mahasiswa dalam mendukung aktivitas perusahaan selama magang juga menjadi bagian dari kontribusi nyata terhadap perkembangan industri otomotif di Indonesia. Dengan kata lain, praktik kerja profesi ini tidak sekadar menjadi kewajiban akademik semata, melainkan merupakan investasi pengalaman yang akan membuka peluang luas bagi mahasiswa untuk berkembang, beradaptasi, dan bersaing di dunia kerja profesional yang sesungguhnya.

18 1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi 1.2 1 5 1 Maksud Kerja Profesi 5 1.

1 Menambah pengalaman profesional sebelum memasuki dunia kerja. 2.

Mengasah wawasan, pengetahuan, dan keterampilan dalam dunia kerja sesuai dengan program studi Manajemen. 3. Melihat secara nyata gambaran

kegiatan instansi yang berhubungan dengan bidang studi manajemen pemasaran. 1 1.2

1 2 Tujuan Kerja Profesi 1. Memberikan gambaran nyata tentang dunia

kerja. 2. Memberikan pengalaman langsung kepada mahasiswa dengan ikut berperan di Divisi Sales Marketing dan Promosi Mobil pada Astrido Daihatsu 3. 1

Menambah wawasan, pengetahuan, dan keterampilan yang sesuai dengan kompetensi program studi Manajemen. 1.3 Kegunaan atau Manfaat Manfaat

Kerja Profesi bagi universitas, mahasiswa, dan instansi/perusahaan

dijabarkan sebagai berikut: 1. Bagi Universitas a. Memperluas kerja sama antara Program Studi Manajemen maupun Universitas Pembangunan Jaya dengan

pihak instansi. b. Melahirkan tenaga kerja yang terampil dan berkualitas

melalui lulusan Universitas Pembangunan Jaya. c. Meningkatkan kualitas

lulusan universitas melalui pengalaman kerja nyata. 2. Bagi Mahasiswa 6

Menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama kuliah dan mengembangkannya

melalui pengalaman kerja praktik. b. Mendapatkan pengalaman kerja yang

berguna sebagai bekal memasuki dunia profesional. c. Merasakan secara

langsung aktivitas dunia kerja serta memperoleh pengetahuan, wawasan,

sikap, dan keterampilan yang relevan dengan bidangnya. 3. Bagi Perusahaan/

Instansi a. Menjalin jaringan kerja sama yang bermanfaat antara instansi/

perusahaan dengan universitas. b. **1** Membangun relasi yang baik antara instansi dengan institusi pendidikan tinggi. c. Berperan serta dalam menjalankan tanggung jawab sosial kelembagaan.

#### 1.4 Tempat Kerja Profesi

Tempat pelaksanaan kerja profesi ini adalah Astrido Daihatsu Serpong, sebuah dealer resmi mobil Daihatsu yang berlokasi di kawasan strategis Tangerang Selatan. Dealer ini menjadi bagian dari jaringan Astrido Group, salah satu grup otomotif terkemuka yang sudah berdiri sejak tahun 1980. Selama lebih dari empat dekade, Astrido Group dikenal luas oleh masyarakat sebagai penyedia kendaraan bermotor yang tidak hanya mengedepankan kualitas produk, tetapi juga pelayanan purna jual yang memuaskan. Alamat lengkap dealer: Sutra Niaga 4 No.1, Jl. Raya Serpong, Pakulonan, Serpong Utara, Kota Tangerang Selatan, Banten, 15157

7 Letaknya berada di pinggir jalan besar—Jl. Raya Serpong, yang merupakan salah satu jalur utama penghubung antara Kota Tangerang dan Tangerang Selatan. Astrido Daihatsu Serpong juga sangat dekat dengan kawasan perumahan elit seperti Alam Sutera, dan tidak jauh dari pusat-pusat aktivitas komersial seperti Living World Alam Sutera, IKEA Alam Sutera, hingga kulineran di Flavor Bliss. Bisa dibayangkan, dealer ini berada di tengah-tengah aktivitas urban yang ramai dan sangat cocok untuk menjangkau berbagai segmen konsumen. Sekilas Tentang Astrido Daihatsu Sebagai dealer resmi, Astrido Daihatsu Serpong tidak hanya fokus pada penjualan kendaraan baru, tapi juga menyediakan layanan servis berkala, penyediaan suku cadang asli, layanan purna jual, hingga fasilitas pembiayaan kendaraan melalui kerjasama dengan perusahaan leasing ternama seperti ACC, Adira Finance, Mandiri Tunas Finance, dan lain-lain. Dealer ini juga memiliki showroom yang cukup luas dan modern, dilengkapi dengan ruang tunggu yang nyaman untuk pelanggan yang sedang melakukan servis kendaraan. Suasana kerja di dalam dealer juga cukup profesional, namun tetap hangat dan ramah, sehingga menjadi tempat yang ideal untuk belajar langsung tentang praktik kerja di dunia otomotif

Tempat kerja ini bukan hanya menjadi lokasi magang, tapi juga

menjadi ruang pembelajaran sekaligus titik awal saya dalam meniti karier di dunia otomotif dan pemasaran secara profesional. 1.5 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi Kerja profesi dilaksanakan selama dua bulan, dimulai dari tanggal 7 April 2025 hingga 2 Juni 2025. Selama periode ini, praktikan mengikuti seluruh kegiatan operasional divisi marketing sesuai dengan jadwal kerja yang telah ditentukan oleh perusahaan. Jadwal kerja tersebut disesuaikan 8 dengan jam operasional kantor dan mencerminkan rutinitas kerja sehari-hari para staf marketing di Astrido Daihatsu.

2 Berikut adalah rincian jadwal kerja profesi: 9 BAB II TINJAUAN

UMUM TEMPAT KERJA PROFESI 2.1 Sejarah Instansi atau Perusahaan Astrido Daihatsu merupakan salah satu dealer resmi mobil Daihatsu yang beroperasi di Indonesia dan merupakan bagian dari Astrido Group, sebuah perusahaan yang telah berpengalaman lebih dari 40 tahun di bidang otomotif. Astrido Group didirikan pada tahun 1980 oleh keluarga Astrid dengan visi untuk menyediakan layanan otomotif terbaik serta produk berkualitas yang memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia. Sejak awal berdirinya, Astrido Group telah menunjukkan perkembangan yang sangat pesat, tidak hanya dari sisi kuantitas jaringan dealer, tetapi juga dari sisi kualitas pelayanan dan inovasi produk. Dengan mengusung prinsip kepercayaan dan kepuasan pelanggan sebagai prioritas utama, Astrido Group terus melakukan ekspansi usaha ke berbagai wilayah di Indonesia, terutama di kawasan Jabodetabek yang merupakan pusat kegiatan ekonomi nasional. Astrido Group tidak hanya fokus pada penjualan kendaraan, tetapi juga membangun sistem pelayanan purna jual yang andal dan terpercaya, mulai dari layanan servis berkala hingga penyediaan suku cadang asli. Dealer Astrido Daihatsu resmi didirikan pada tahun 1995 sebagai salah satu cabang utama dari Astrido Group yang secara khusus menangani penjualan dan layanan purna jual mobil Daihatsu. Sejak saat itu, Astrido Daihatsu telah bertransformasi menjadi salah satu dealer unggulan di wilayah Tangerang Selatan dan sekitarnya. Hal ini tidak terlepas dari konsistensi dalam menjaga mutu pelayanan serta kemampuan beradaptasi dengan dinamika pasar

otomotif nasional. Sebagai bagian dari jaringan dealer resmi Daihatsu, Astrido Daihatsu selalu mengikuti standar operasional yang telah ditetapkan oleh prinsipal 10 Daihatsu Indonesia. Seluruh aktivitas penjualan, promosi, serta layanan pelanggan dilakukan dengan berpedoman pada nilai-nilai profesionalisme dan integritas. Dalam perjalanannya, Astrido Daihatsu juga dikenal sebagai salah satu dealer yang aktif berinovasi dalam hal strategi pemasaran, mulai dari penggunaan media digital hingga kolaborasi dengan komunitas otomotif lokal. Komitmen Astrido Daihatsu dalam menjaga mutu pelayanan dibuktikan melalui pencapaian berbagai penghargaan internal dari Daihatsu Indonesia, seperti penghargaan Best Dealer Service dan Best Customer Satisfaction yang diraih dalam beberapa tahun terakhir. Selain itu, Astrido Daihatsu juga aktif dalam kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat sekitar. Dalam konteks pengelolaan sumber daya manusia, Astrido Daihatsu mempekerjakan tenaga profesional di berbagai bidang, mulai dari teknisi bersertifikat, staf layanan pelanggan, hingga tenaga marketing yang kompeten. 6 Setiap karyawan diberikan pelatihan secara berkala untuk memastikan bahwa mereka selalu siap memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Budaya kerja yang dikembangkan dalam perusahaan ini adalah kolaboratif, inovatif, dan berorientasi pada kepuasan pelanggan. Fasilitas yang dimiliki oleh Astrido Daihatsu sangat memadai untuk mendukung operasionalnya. Showroom yang nyaman dan modern memberikan pengalaman belanja yang menyenangkan bagi pelanggan. Sementara itu, bengkel servis dilengkapi dengan peralatan terkini yang mampu menangani berbagai jenis perawatan dan perbaikan kendaraan. Ketersediaan suku cadang asli juga menjadi keunggulan yang membuat pelanggan merasa aman dan percaya terhadap kualitas layanan yang diberikan. 11 Dengan perkembangan teknologi dan perubahan tren konsumen, Astrido Daihatsu juga terus beradaptasi melalui transformasi digital. Saat ini, pelanggan dapat mengakses berbagai informasi mengenai produk dan layanan melalui situs web resmi maupun media sosial dealer. Pemesanan unit, konsultasi, hingga jadwal servis

pun dapat dilakukan secara online, memudahkan pelanggan dalam berinteraksi dengan dealer. Sebagai salah satu dealer Daihatsu terkemuka, Astrido Daihatsu berkomitmen untuk terus meningkatkan kualitas layanan dan memperluas jangkauan pemasaran agar dapat melayani lebih banyak konsumen di masa depan. Melalui kerja keras dan semangat inovasi, perusahaan ini terus menjaga eksistensinya dalam industri otomotif nasional. Secara keseluruhan, sejarah perkembangan Astrido Daihatsu menunjukkan betapa pentingnya konsistensi dalam menjaga mutu pelayanan, inovasi berkelanjutan, serta orientasi pada kebutuhan pelanggan. Hal-hal inilah yang menjadi fondasi utama keberhasilan Astrido Daihatsu dan menjadikannya sebagai tempat yang ideal untuk pelaksanaan kerja profesi di bidang pemasaran dan komunikasi bisnis.

### 2.1.3 Produk PT Astrido Daihatsu

Produk utama yang ditawarkan Astrido Daihatsu adalah berbagai jenis kendaraan Daihatsu yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat Indonesia. Beberapa model yang populer dan banyak diminati antara lain: Produk utama yang ditawarkan Astrido Daihatsu adalah berbagai jenis kendaraan keluaran Daihatsu yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat Indonesia, baik dari segi harga, fungsi, efisiensi bahan bakar, maupun kapasitas penumpang. Astrido Daihatsu terus berupaya menghadirkan lini produk yang tidak hanya fungsional tetapi juga memiliki nilai estetika dan teknologi modern.

12 Berikut ini adalah beberapa produk unggulan yang ditawarkan: Setiap model memiliki target pasar tersendiri, sehingga konsumen dapat memilih kendaraan sesuai dengan gaya hidup dan kebutuhan mereka. Misalnya, Xenia dan Siga sangat diminati oleh keluarga karena kapasitas penumpangnya yang besar serta konsumsi bahan bakar yang irit. Sementara itu, Ayla cocok untuk mahasiswa, pekerja muda, atau ibu rumah tangga yang membutuhkan kendaraan mungil untuk mobilitas harian di area perkotaan. Terios dan Rocky lebih menasar segmen yang menginginkan mobil dengan tampilan gagah serta fitur-fitur keamanan dan kenyamanan terkini. Rocky, misalnya, sudah dilengkapi dengan fitur keselamatan canggih seperti Advanced Safety Assist (ASA), Hill Start Assist, dan layar sentuh

modern yang mendukung konektivitas smartphone. Untuk meningkatkan daya saing produk, Astrido Daihatsu secara rutin mengadakan berbagai promosi menarik seperti diskon besar saat launching produk baru, program cicilan 0%, bonus aksesoris kendaraan, hingga program tukar tambah yang telah dijelaskan sebelumnya. Selain itu, pelanggan juga diberikan kemudahan dalam melakukan test drive, baik secara langsung di showroom maupun dengan pengantaran unit ke rumah calon pelanggan. Astrido Daihatsu juga memberikan perhatian pada layanan purna jual untuk setiap pembelian kendaraan. Setiap unit yang dibeli dilengkapi dengan garansi resmi, layanan servis gratis hingga jangka waktu tertentu, dan paket perawatan berkala dengan harga khusus. Hal ini memberikan rasa aman dan kepercayaan kepada konsumen untuk tetap menggunakan kendaraan Daihatsu dalam jangka panjang. Dengan kombinasi antara kualitas produk yang tinggi, pilihan model yang beragam, serta dukungan layanan penjualan dan purna jual yang profesional, Astrido Daihatsu terus membangun reputasinya sebagai salah 13 satu dealer Daihatsu terbaik di wilayah Tangerang Selatan dan sekitarnya. Dealer ini tidak hanya menjual kendaraan, tetapi juga menawarkan solusi mobilitas yang efisien, ekonomis, dan berkelanjutan. Secara keseluruhan, keberadaan berbagai produk unggulan Daihatsu di bawah naungan Astrido Daihatsu memperlihatkan bahwa dealer ini memiliki pemahaman yang mendalam terhadap kebutuhan pasar lokal serta komitmen untuk memberikan yang terbaik bagi konsumennya.

## 2.2 Arti Lambang dan Logo Daihatsu

Makna Logo Daihatsu Logo Daihatsu berbentuk huruf "D" besar yang memiliki elemen garis melengkung di atasnya. Desain ini memiliki makna filosofis yang mendalam, melambangkan kebebasan, kemajuan, dan inovasi sebagai semangat utama perusahaan.

Elaborasi Makna Logo:

1. Huruf "D". Melambangkan inisial nama perusahaan Daihatsu dan juga menyerupai huruf "Da" dalam aksara Katakana (ダ) dalam bahasa Jepang.
2. Garis Melengkung (Sayap). Elemen ini merepresentasikan sayap yang menjadi simbol kebebasan, kemajuan, dan inovasi. Ini mencerminkan semangat Daihatsu dalam menghadirkan produk- produk yang terus berkembang

secara dinamis. 3. Bentuk Roket dan Tanda Panah (pada logo sebelumnya). Melambangkan semangat untuk terus maju dan berkembang, selaras dengan filosofi perusahaan yang berfokus pada pertumbuhan berkelanjutan.

14 4. Kombinasi Kata "Daihatsu". Nama Daihatsu berasal dari dua unsur:

a. "Dai" ( 𠄎 ) adalah kanji pertama dari kata Osaka ( 𠄎 𠄎 )

, kota asal perusahaan. b. "Hatsu" ( 𠄎𠄎𠄎 ) adalah kanji pertama dari

kata produksi mesin ( 𠄎 𠄎 𠄎 𠄎 ). Secara harfiah, Daihatsu

dapat dimaknai sebagai "permulaan" atau "yang pertama", yang mencerminkan visi perusahaan untuk menjadi pelopor dalam industri otomotif. 2.3

Kegiatan Umum Perusahaan Sebagai salah satu dealer resmi kendaraan

Daihatsu yang telah beroperasi selama bertahun-tahun di wilayah Tangerang

Selatan dan sekitarnya, Astrido Daihatsu menjalankan berbagai kegiatan

operasional yang terstruktur dengan baik. Aktivitas umum perusahaan

dirancang untuk memastikan kelangsungan bisnis, meningkatkan kepuasan

pelanggan, serta memperkuat posisi merek Daihatsu di pasar otomotif

Indonesia. Berikut ini adalah penjabaran mengenai kegiatan umum yang

dilakukan oleh Astrido Daihatsu: 1. Pemasaran dan Promosi: Kegiatan

pemasaran merupakan salah satu ujung tombak dalam strategi pertumbuhan

Astrido Daihatsu. Tim marketing secara rutin melaksanakan berbagai kampanye

promosi dengan tujuan meningkatkan kesadaran merek, menarik calon

pelanggan, dan mempertahankan loyalitas konsumen yang sudah ada. Kegiatan

promosi dilakukan baik secara konvensional maupun digital. Secara offline,

strategi promosi melibatkan distribusi brosur, pemasangan spanduk di titik

strategis, serta penyelenggaraan event seperti pameran kendaraan dan test

drive di showroom atau pusat perbelanjaan. 2. Di sisi lain, pemasaran

digital menjadi elemen penting yang terus dikembangkan. Tim marketing

aktif mengelola akun media sosial seperti Instagram, Facebook, dan

TikTok untuk 15 membagikan konten informatif dan menarik seputar produk

Daihatsu, promo terbaru, dan edukasi otomotif. Website resmi Astrido

Daihatsu juga diperbarui secara berkala agar pengunjung dapat memperoleh

informasi produk dan layanan secara akurat. Selain itu, strategi

pemasaran digital mencakup penggunaan iklan berbayar (paid ads) di platform Google dan media sosial guna menjangkau pasar yang lebih luas. Data interaksi konsumen dari platform digital ini kemudian dianalisis untuk mengembangkan strategi promosi yang lebih tepat sasaran di masa depan.

3. Penjualan: Kegiatan penjualan kendaraan merupakan aktivitas inti dari Astrido Daihatsu. Proses ini tidak hanya sekadar menjual unit kendaraan, tetapi juga melibatkan pendekatan konsultatif untuk memahami kebutuhan pelanggan secara menyeluruh. Setiap calon pembeli diberikan penjelasan detail mengenai spesifikasi produk, fitur kendaraan, pilihan warna, dan simulasi pembiayaan yang sesuai dengan kondisi keuangan mereka. Sales consultant atau tenaga marketing berperan penting dalam menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan, baik secara langsung di showroom maupun melalui kanal komunikasi digital seperti WhatsApp dan email.

4. Untuk menunjang aktivitas penjualan, Astrido Daihatsu juga menyediakan layanan test drive yang memungkinkan calon pelanggan merasakan langsung performa kendaraan. Setelah proses kesepakatan harga dan pemilihan metode pembayaran (cash atau kredit), tim administrasi akan membantu pelanggan dalam pengurusan dokumen legalitas seperti STNK, BPKB, dan asuransi kendaraan. Fleksibilitas dalam pembayaran serta pelayanan yang cepat menjadi nilai tambah yang ditawarkan oleh dealer ini untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan selama proses pembelian.

5. Pelayanan Pelanggan: Astrido Daihatsu sangat menekankan pentingnya pelayanan pelanggan yang optimal, baik sebelum maupun setelah penjualan. Setelah pelanggan membeli kendaraan, mereka secara otomatis mendapatkan akses ke berbagai layanan purna jual yang meliputi servis berkala gratis sesuai jadwal, pengecekan kondisi kendaraan secara menyeluruh, dan garansi resmi dari Daihatsu Indonesia. Layanan ini bertujuan untuk memastikan kendaraan pelanggan tetap dalam kondisi prima dan meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap merek Daihatsu.

6. Customer service berperan sebagai penghubung antara perusahaan dengan pelanggan. Mereka bertugas untuk menerima pertanyaan, keluhan, serta permintaan

informasi dari pelanggan. Melalui sistem pencatatan yang terintegrasi, setiap keluhan atau masukan pelanggan ditindaklanjuti secara profesional dan sistematis. Dalam beberapa kasus, tim customer service juga memberikan edukasi kepada pelanggan terkait perawatan kendaraan, jadwal servis, serta tips berkendara yang aman dan efisien.

7. Manajemen Inventaris: Kegiatan manajemen inventaris melibatkan pengelolaan stok kendaraan dan suku cadang secara efisien. Stok unit kendaraan diperbarui secara berkala agar dealer memiliki variasi produk yang lengkap dan siap dijual kapan pun. Hal ini mencakup kendaraan dalam berbagai tipe, warna, dan varian transmisi. Selain itu, manajemen suku cadang juga menjadi prioritas agar proses perbaikan kendaraan tidak terhambat oleh keterbatasan komponen. Sistem inventarisasi yang digunakan telah terdigitalisasi dan memungkinkan pemantauan stok secara real time.

8. Tim logistik dan gudang bekerja sama dengan bagian teknisi dan layanan purna jual untuk memastikan ketersediaan barang sesuai permintaan pelanggan. Ketika pelanggan membutuhkan 17 perbaikan atau penggantian suku cadang, tim service center dapat segera melakukan tindakan tanpa harus menunggu lama. Efisiensi ini mendukung kepuasan pelanggan serta mempercepat proses layanan yang diberikan.

9. Pelatihan Karyawan: Astrido Daihatsu menyadari bahwa kualitas pelayanan sangat ditentukan oleh kompetensi sumber daya manusia.

4 Oleh karena itu, pelatihan karyawan menjadi kegiatan rutin yang dilakukan oleh perusahaan. Pelatihan ini mencakup berbagai aspek, mulai dari pengetahuan produk (product knowledge), teknik penjualan yang efektif, pelayanan pelanggan, hingga penggunaan teknologi terbaru dalam proses kerja.

10. Setiap karyawan, baik dari divisi marketing, administrasi, maupun teknisi, diwajibkan mengikuti pelatihan berkala yang difasilitasi oleh prinsipal Daihatsu Indonesia maupun internal dealer.

7 Pelatihan tersebut tidak hanya dilakukan secara tatap muka, tetapi juga melalui platform e-learning yang dapat diakses kapan saja. Dengan adanya pelatihan ini, perusahaan berharap setiap karyawan dapat bekerja secara profesional, meningkatkan produktivitas, serta menjaga reputasi dealer di mata

pelanggan. 1. Pelaporan dan Evaluasi: Agar kegiatan operasional berjalan secara optimal dan terukur, Astrido Daihatsu menerapkan sistem pelaporan dan evaluasi secara berkala. Setiap divisi, terutama divisi marketing dan penjualan, diwajibkan untuk menyusun laporan bulanan yang mencakup data penjualan, efektivitas promosi, feedback pelanggan, serta analisis SWOT terhadap strategi yang telah diterapkan. 2. Laporan tersebut kemudian dibahas dalam rapat evaluasi yang melibatkan manajemen dan pimpinan divisi terkait. Tujuannya adalah untuk menilai capaian kinerja, mengidentifikasi kendala operasional, serta merumuskan rencana strategis untuk bulan 18 berikutnya. Evaluasi ini bersifat konstruktif dan menjadi dasar bagi pengambilan keputusan manajerial, termasuk penyesuaian target penjualan, perencanaan promosi, dan pelatihan tambahan bagi tim yang membutuhkan peningkatan kompetensi. 3. Dengan adanya pelaporan dan evaluasi yang konsisten, Astrido Daihatsu mampu menjaga performa perusahaan secara berkelanjutan. Kegiatan ini juga mendukung proses adaptasi terhadap perubahan tren pasar, regulasi pemerintah, dan kondisi ekonomi secara umum. 4. Secara keseluruhan, kegiatan umum yang dijalankan oleh Astrido Daihatsu mencerminkan keseriusan perusahaan dalam memberikan layanan terbaik kepada pelanggan dan menjaga stabilitas bisnis di tengah kompetisi industri otomotif yang semakin dinamis. Dengan koordinasi antardivisi yang solid, dukungan teknologi, dan budaya kerja yang profesional, Astrido Daihatsu terus berupaya menjadi dealer mobil pilihan utama masyarakat di wilayah Tangerang Selatan dan sekitarnya. **19** **2.4 Visi dan Misi Perusahaan 2.4** 1 Visi: Menjadi dealer otomotif terkemuka di Indonesia yang mengutamakan kepuasan pelanggan dan kualitas layanan. 2.4.2 Misi: 1. Memberikan produk kendaraan Daihatsu asli dengan harga kompetitif dan pelayanan terbaik. 2. Menyediakan layanan purna jual yang cepat, mudah, dan terpercaya. 3. Mengembangkan sumber daya manusia yang profesional dan berdedikasi tinggi. 19 4. Meningkatkan kepuasan pelanggan melalui inovasi layanan dan fasilitas modern. 5. Menjaga hubungan baik dengan mitra bisnis dan komunitas otomotif. 2.4.3 Bidang Jasa atau

Nilai Instansi Astrido Daihatsu tidak hanya berfokus pada penjualan kendaraan baru, tetapi juga menyediakan berbagai layanan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan secara menyeluruh. Dealer ini mengedepankan konsep layanan terpadu, di mana setiap pelanggan bisa mendapatkan solusi otomotif secara lengkap dalam satu tempat. Berikut adalah beberapa bidang jasa utama yang ditawarkan oleh Astrido Daihatsu:

1. Penjualan Kendaraan Baru: Astrido Daihatsu menawarkan berbagai tipe kendaraan terbaru dari Daihatsu, seperti Ayla, Sigra, Xenia, Terios, dan Rocky. Penjualan dilakukan dengan pendekatan konsultatif, di mana tenaga marketing membantu pelanggan memilih kendaraan sesuai kebutuhan, preferensi, dan kemampuan finansial. Tersedia pula berbagai pilihan warna, tipe transmisi, serta fitur tambahan.
2. Servis Kendaraan: Layanan servis kendaraan merupakan bagian penting dari operasional Astrido Daihatsu. Pelanggan dapat melakukan servis berkala, perbaikan ringan hingga berat, pengecekan sistem kendaraan, serta konsultasi teknis. **9** Seluruh proses servis ditangani oleh mekanik bersertifikasi yang telah mengikuti pelatihan resmi dari Daihatsu Indonesia. Fasilitas bengkel dilengkapi dengan peralatan modern untuk menunjang kualitas pekerjaan. **10**
3. Suku Cadang: Dealer ini juga menyediakan suku cadang asli (genuine parts) untuk seluruh tipe kendaraan Daihatsu. Ketersediaan stok suku cadang yang lengkap menjadi nilai tambah **20** karena pelanggan tidak perlu menunggu lama untuk perbaikan. **14** Penggunaan suku cadang asli memastikan kualitas, daya tahan, dan performa kendaraan tetap optimal.
4. Pembiayaan Kendaraan: Astrido Daihatsu menjalin kerja sama dengan berbagai lembaga pembiayaan (leasing) terkemuka di Indonesia seperti ACC, OTO, Adira, dan BCA Finance. Pelanggan dapat memilih skema kredit yang sesuai dengan kemampuan pembayaran, dengan tenor yang fleksibel, bunga kompetitif, dan proses pengajuan yang cepat. Tenaga sales juga siap membantu simulasi pembiayaan dan pengurusan dokumen administrasi.
5. Asuransi Kendaraan: Untuk memberikan perlindungan menyeluruh kepada pelanggan, Astrido Daihatsu juga menawarkan jasa asuransi kendaraan bermotor yang bekerja sama dengan perusahaan asuransi terpercaya seperti

Asuransi Astra, ACA, dan Tokio Marine. Asuransi yang ditawarkan mencakup perlindungan dari kerusakan, kehilangan, bencana alam, hingga tanggung jawab pihak ketiga. 6. Program Tukar Tambah: Salah satu layanan unggulan Astrido Daihatsu adalah program tukar tambah, di mana pelanggan dapat menukar kendaraan lamanya dengan unit baru Daihatsu. Tim appraisal akan memberikan penilaian harga yang kompetitif untuk kendaraan lama, dan nilai tersebut dapat digunakan sebagai uang muka pembelian unit baru. Program ini mempermudah pelanggan yang ingin melakukan upgrade kendaraan tanpa proses jual beli yang rumit.

### 2.5 Struktur Organisasi

Struktur organisasi di PT Astrido Daihatsu dibentuk secara sistematis dan efisien untuk mendukung kelancaran operasional, meningkatkan produktivitas, serta memastikan pelayanan prima kepada pelanggan. 21 Dalam industri otomotif yang sangat kompetitif, organisasi yang terstruktur dengan baik menjadi faktor penting dalam menjaga keberlanjutan bisnis serta kepercayaan konsumen. Oleh karena itu, setiap unit kerja di Astrido Daihatsu memiliki peran dan tanggung jawab yang jelas dan saling terintegrasi satu sama lain. Struktur organisasi yang diterapkan bersifat hierarkis namun tetap fleksibel, memungkinkan koordinasi antar divisi berjalan secara efektif. Setiap divisi saling berkolaborasi dan berkontribusi terhadap pencapaian visi perusahaan, yaitu menjadi dealer mobil Daihatsu terpercaya yang memberikan nilai lebih bagi pelanggan. Khususnya pada divisi marketing dan unit pendukung lainnya, struktur ini membantu memastikan bahwa strategi pemasaran dan penjualan dapat dijalankan secara optimal di tengah dinamika pasar. Berikut adalah gambaran lebih rinci mengenai struktur organisasi Astrido Daihatsu:

#### 2.5.1 Kegiatan Umum Perusahaan Sebagai salah satu dealer resmi kendaraan Daihatsu yang telah beroperasi selama bertahun-tahun di wilayah Tangerang Selatan dan sekitarnya, Astrido Daihatsu menjalankan berbagai kegiatan operasional yang terstruktur dengan baik. Aktivitas umum perusahaan dirancang untuk memastikan kelangsungan bisnis, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta memperkuat posisi merek Daihatsu di pasar otomotif

Indonesia. Berikut ini adalah penjabaran mengenai kegiatan umum yang dilakukan oleh Astrido Daihatsu:

- **Pemasaran dan Promosi:** Kegiatan pemasaran merupakan salah satu ujung tombak dalam strategi pertumbuhan Astrido Daihatsu. Tim marketing secara rutin melaksanakan berbagai kampanye promosi dengan tujuan meningkatkan kesadaran merek, menarik calon pelanggan, dan mempertahankan loyalitas konsumen yang sudah ada. Kegiatan 22 promosi dilakukan baik secara konvensional maupun digital. Secara offline, strategi promosi melibatkan distribusi brosur, pemasangan spanduk di titik strategis, serta penyelenggaraan event seperti pameran kendaraan dan test drive di showroom atau pusat perbelanjaan. Di sisi lain, pemasaran digital menjadi elemen penting yang terus dikembangkan. Tim marketing aktif mengelola akun media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok untuk membagikan konten informatif dan menarik seputar produk Daihatsu, promo terbaru, dan edukasi otomotif. Website resmi Astrido Daihatsu juga diperbarui secara berkala agar pengunjung dapat memperoleh informasi produk dan layanan secara akurat. Selain itu, strategi pemasaran digital mencakup penggunaan iklan berbayar (paid ads) di platform Google dan media sosial guna menjangkau pasar yang lebih luas. Data interaksi konsumen dari platform digital ini kemudian dianalisis untuk mengembangkan strategi promosi yang lebih tepat sasaran di masa depan.
- **Penjualan:** Kegiatan penjualan kendaraan merupakan aktivitas inti dari Astrido Daihatsu. Proses ini tidak hanya sekadar menjual unit kendaraan, tetapi juga melibatkan pendekatan konsultatif untuk memahami kebutuhan pelanggan secara menyeluruh. Setiap calon pembeli diberikan penjelasan detail mengenai spesifikasi produk, fitur kendaraan, pilihan warna, dan simulasi pembiayaan yang sesuai dengan kondisi keuangan mereka. Sales consultant atau tenaga marketing berperan penting dalam menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan, baik secara langsung di showroom maupun melalui kanal komunikasi digital seperti WhatsApp dan email. Untuk menunjang aktivitas penjualan, Astrido Daihatsu juga menyediakan layanan test drive yang memungkinkan calon pelanggan

merasakan langsung performa kendaraan. Setelah proses kesepakatan harga dan pemilihan metode pembayaran (cash atau kredit), tim administrasi akan membantu pelanggan dalam pengurusan dokumen legalitas seperti STNK, 23 BPKB, dan asuransi kendaraan. Fleksibilitas dalam pembayaran serta pelayanan yang cepat menjadi nilai tambah yang ditawarkan oleh dealer ini untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan selama proses pembelian.

- **Pelayanan Pelanggan:** Astrido Daihatsu sangat menekankan pentingnya pelayanan pelanggan yang optimal, baik sebelum maupun setelah penjualan. Setelah pelanggan membeli kendaraan, mereka secara otomatis mendapatkan akses ke berbagai layanan purna jual yang meliputi servis berkala gratis sesuai jadwal, pengecekan kondisi kendaraan secara menyeluruh, dan garansi resmi dari Daihatsu Indonesia. Layanan ini bertujuan untuk memastikan kendaraan pelanggan tetap dalam kondisi prima dan meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap merek Daihatsu. Customer service berperan sebagai penghubung antara perusahaan dengan pelanggan. Mereka bertugas untuk menerima pertanyaan, keluhan, serta permintaan informasi dari pelanggan. Melalui sistem pencatatan yang terintegrasi, setiap keluhan atau masukan pelanggan ditindaklanjuti secara profesional dan sistematis. Dalam beberapa kasus, tim customer service juga memberikan edukasi kepada pelanggan terkait perawatan kendaraan, jadwal servis, serta tips berkendara yang aman dan efisien.
- **Manajemen Inventaris:** Kegiatan manajemen inventaris melibatkan pengelolaan stok kendaraan dan suku cadang secara efisien. Stok unit kendaraan diperbarui secara berkala agar dealer memiliki variasi produk yang lengkap dan siap dijual kapan pun. Hal ini mencakup kendaraan dalam berbagai tipe, warna, dan varian transmisi. Selain itu, manajemen suku cadang juga menjadi prioritas agar proses perbaikan kendaraan tidak terhambat oleh keterbatasan komponen. Sistem inventarisasi yang digunakan telah terdigitalisasi dan memungkinkan pemantauan stok secara real time.

24 Tim logistik dan gudang bekerja sama dengan bagian teknisi dan layanan purna jual untuk memastikan ketersediaan barang sesuai permintaan pelanggan. Ketika pelanggan membutuhkan perbaikan atau penggantian suku

cadang, tim service center dapat segera melakukan tindakan tanpa harus menunggu lama. Efisiensi ini mendukung kepuasan pelanggan serta mempercepat proses layanan yang diberikan. • Pelatihan Karyawan: Astrido Daihatsu menyadari bahwa kualitas pelayanan sangat ditentukan oleh kompetensi sumber daya manusia.

4 Oleh karena itu, pelatihan karyawan menjadi kegiatan rutin yang dilakukan oleh perusahaan. Pelatihan ini mencakup berbagai aspek, mulai dari pengetahuan produk (product knowledge), teknik penjualan yang efektif, pelayanan pelanggan, hingga penggunaan teknologi terbaru dalam proses kerja. Setiap karyawan, baik dari divisi marketing, administrasi, maupun teknisi, diwajibkan mengikuti pelatihan berkala yang difasilitasi oleh prinsipal Daihatsu Indonesia maupun internal dealer. Pelatihan tersebut tidak hanya dilakukan secara tatap muka, tetapi juga melalui platform e-learning yang dapat diakses kapan saja. Dengan adanya pelatihan ini, perusahaan berharap setiap karyawan dapat bekerja secara profesional, meningkatkan produktivitas, serta menjaga reputasi dealer di mata pelanggan. • Pelaporan dan Evaluasi: Agar kegiatan operasional berjalan secara optimal dan terukur, Astrido Daihatsu menerapkan sistem pelaporan dan evaluasi secara berkala. Setiap divisi, terutama divisi marketing dan penjualan, diwajibkan untuk menyusun laporan bulanan yang mencakup data penjualan, efektivitas promosi, feedback pelanggan, serta analisis SWOT terhadap strategi yang telah diterapkan. Laporan tersebut kemudian dibahas dalam rapat evaluasi yang melibatkan manajemen dan pimpinan divisi terkait. Tujuannya adalah 25 untuk menilai capaian kinerja, mengidentifikasi kendala operasional, serta merumuskan rencana strategis untuk bulan berikutnya. Evaluasi ini bersifat konstruktif dan menjadi dasar bagi pengambilan keputusan manajerial, termasuk penyesuaian target penjualan, perencanaan promosi, dan pelatihan tambahan bagi tim yang membutuhkan peningkatan kompetensi. Dengan adanya pelaporan dan evaluasi yang konsisten, Astrido Daihatsu mampu menjaga performa perusahaan secara berkelanjutan. Kegiatan ini juga mendukung proses adaptasi terhadap perubahan tren pasar, regulasi pemerintah, dan kondisi

ekonomi secara umum. Secara keseluruhan, kegiatan umum yang dijalankan oleh Astrido Daihatsu mencerminkan keseriusan perusahaan dalam memberikan layanan terbaik kepada pelanggan dan menjaga stabilitas bisnis di tengah kompetisi industri otomotif yang semakin dinamis. Dengan koordinasi antardivisi yang solid, dukungan teknologi, dan budaya kerja yang profesional, Astrido Daihatsu terus berupaya menjadi dealer mobil pilihan utama masyarakat di wilayah Tangerang Selatan dan sekitarnya.

### 26 BAB III PELAKSANAAN KERJA PROFESI 3.1 Bidang Kerja Laporan Kerja Praktik di ASTRIDO DAIHATSU SERPONG

Mahasiswa mendapatkan kesempatan untuk melaksanakan Kerja Praktik (KP) di ASTRIDO DAIHATSU SERPONG, sebuah perusahaan otomotif yang bergerak di bidang penjualan dan layanan purna jual kendaraan Daihatsu. Selama melaksanakan KP di perusahaan ini, praktikan memperoleh pengalaman langsung mengenai proses kerja dan operasional dalam industri otomotif, khususnya di bagian pelayanan dan administrasi. Tugas dan kegiatan yang dilakukan selama KP meliputi:

1. Penginputan data laporan hasil kerja pada divisi terkait.
2. Menyusun dan mendokumentasikan berkas pelanggan, termasuk melakukan scanning dan pengarsipan digital.
3. Membantu staf administrasi dan operasional dalam kegiatan harian kantor.

Selama masa praktik, praktikan ditempatkan di bagian Administrasi dan Customer Service, yang bertanggung jawab atas:

1. Pengelolaan data pelanggan dan transaksi penjualan kendaraan.
2. Koordinasi layanan purna jual seperti service berkala dan klaim garansi.
3. Pendampingan promosi dan pemasaran unit kendaraan baru, serta pelaporan aktivitas kepada atasan langsung.

### 27 Lingkungan Divisi Marketing

Dalam pelaksanaan kerja profesi ini, saya ditempatkan di divisi marketing, salah satu divisi yang memiliki peran sentral dalam mendorong pencapaian target penjualan perusahaan. Aktivitas utama di divisi ini cukup beragam dan dinamis. Tidak hanya menjual kendaraan, tim marketing juga bertanggung jawab dalam merancang strategi promosi, mengelola relasi dengan konsumen, melakukan follow-up prospek, hingga menyusun laporan hasil penjualan harian dan bulanan. Bekerja di divisi ini sangat

membuka wawasan saya, terutama dalam melihat bagaimana sebuah proses pemasaran tidak hanya soal menawarkan produk, tapi juga soal membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen. Komunikasi, empati, strategi, hingga personal branding—semuanya menyatu dalam keseharian kerja. Saya, yang juga merupakan karyawan tetap di Astrido Daihatsu Serpong, sekaligus mahasiswa dari Program Studi Manajemen, merasa mendapatkan banyak ruang untuk mengaplikasikan ilmu yang saya pelajari di kampus ke dalam dunia nyata. Hal ini menjadi nilai tambah tersendiri, karena pengalaman kerja yang saya jalani bukan hanya sebatas "latihan", tetapi benar-benar menyatu dengan tugas dan tanggung jawab profesional sehari-hari. Fasilitas dan Budaya Kerja Fasilitas di Astrido Daihatsu cukup lengkap dan menunjang pekerjaan harian. Mulai dari meja kerja dengan perangkat komputer, ruang meeting, area display kendaraan, hingga akses ke sistem penjualan online dan database pelanggan. Semua ini membantu proses kerja menjadi lebih efisien dan terorganisir. Budaya kerja di sini juga bisa dibilang cukup sehat. Para staf saling mendukung satu sama lain, baik dari divisi sales, service, maupun 28 administrasi. Koordinasi dilakukan secara intensif, dan setiap hasil kerja selalu dievaluasi untuk melihat efektivitas strategi yang dijalankan. Dari pengalaman saya, lingkungan kerja seperti ini sangat membantu dalam membentuk karakter kerja yang disiplin, tangguh, dan penuh tanggung jawab. Selain itu, saya juga sering terlibat langsung dalam kegiatan promosi seperti pameran (event), pengambilan konten promosi kendaraan untuk media sosial, hingga pengelolaan customer database untuk follow-up. Semua itu memberikan pemahaman menyeluruh bahwa pekerjaan marketing jauh lebih luas dari sekadar menjual produk. Manfaat dan Pengalaman Berharga Bekerja langsung di dealer kendaraan seperti Astrido Daihatsu memberikan banyak pelajaran. Tidak hanya tentang teknik menjual produk, tetapi juga soal bagaimana menghadapi konsumen dengan berbagai karakter, bagaimana membangun kepercayaan, dan bagaimana menjaga reputasi perusahaan lewat pelayanan yang baik. Beberapa kemampuan yang sangat terasa berkembang

selama bekerja di sini antara lain: • K K K K Kemampuan komunikasi interpersonal dengan pelanggan maupun rekan kerja • K K K K Manajemen waktu dan prioritas kerja • K K K K Penyusunan penawaran harga yang kompetitif • K K K K Penggunaan tools digital untuk keperluan promosi dan analisis pasar • K K K K Etika kerja dan profesionalisme, terutama dalam menyikapi komplain pelanggan atau proses negosiasi

29 Saya juga belajar bahwa dalam dunia kerja, terutama industri otomotif yang sangat kompetitif, hal-hal kecil seperti sapaan ramah, follow-up tepat waktu, atau penampilan profesional bisa memberikan dampak besar terhadap hasil akhir. Secara keseluruhan, pelaksanaan kerja profesi di Astrido Daihatsu Serpong memberikan pengalaman yang kaya, relevan, dan bermanfaat dalam membentuk kesiapan saya di dunia kerja. Terlebih lagi, sebagai karyawan tetap, saya benar-benar berada di dalam sistem yang sesungguhnya—mengalami langsung tantangan, dinamika, serta pencapaian yang terjadi setiap harinya. Melalui kerja praktik ini, mahasiswa mendapatkan wawasan mendalam mengenai sistem kerja di dunia industri otomotif serta keterampilan praktis dalam bidang administrasi, pelayanan pelanggan, dan manajemen data. Selama menjalani kegiatan kerja profesi di PT Astrido Daihatsu, praktikan ditempatkan pada Divisi Marketing, yang merupakan salah satu divisi sentral dalam proses pemasaran dan penjualan kendaraan bermotor, khususnya mobil Daihatsu. Divisi ini tidak hanya bertanggung jawab terhadap penyusunan dan pelaksanaan strategi pemasaran, namun juga berperan besar dalam menjaga citra dan reputasi perusahaan di mata masyarakat umum. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh divisi ini mencakup berbagai aspek promosi, baik melalui media digital seperti media sosial, situs web, dan email marketing, maupun melalui pendekatan langsung seperti event pameran otomotif, kegiatan test drive, dan layanan pelanggan di showroom. Praktikan diberi kesempatan untuk turut serta dalam berbagai kegiatan tersebut, sehingga mampu memperoleh pemahaman yang lebih luas dan mendalam mengenai dunia kerja yang sebenarnya, khususnya dalam industri otomotif yang sangat dinamis dan kompetitif. 30 Sebagai

bagian dari tim marketing, praktikan tidak hanya menjadi pengamat pasif, melainkan juga diberikan kepercayaan untuk terlibat aktif dalam sejumlah tugas dan proyek. Beberapa di antaranya adalah membantu dalam pembuatan konten promosi digital, pengelolaan database pelanggan potensial, pembuatan surat penawaran harga, hingga menganalisis strategi kompetitor untuk tujuan evaluasi internal. Melalui pengalaman ini, praktikan mendapatkan kesempatan untuk mengasah kemampuan komunikasi, kreativitas, ketelitian, serta kemampuan bekerja sama dalam tim profesional. Selama pelaksanaan kerja profesi, praktikan mengikuti berbagai kegiatan yang dilakukan oleh divisi marketing, antara lain: 1. Briefing pagi bersama tim marketing untuk menyusun strategi harian. 2. Kegiatan promosi langsung (offline dan online), termasuk pengelolaan media sosial dealer. 3. Pelayanan pelanggan baik secara langsung di showroom maupun melalui media komunikasi lainnya. 4. Penyusunan dan pengarsipan dokumen penawaran harga kendaraan. 5. Pendataan dan analisis terhadap calon konsumen serta kompetitor. 6. Pelatihan internal mengenai teknik penjualan dan komunikasi efektif. 7. Follow-up calon klien dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan lama. 8. Evaluasi mingguan bersama supervisor untuk mengukur kinerja dan memberikan arahan. 9. Kegiatan pemasaran di luar kantor, seperti kunjungan ke perusahaan rekanan atau partisipasi dalam event pameran otomotif. 10. Pembuatan laporan hasil kegiatan pemasaran harian dan mingguan. Dengan mengikuti jadwal kerja secara penuh dan konsisten, praktikan memperoleh pemahaman menyeluruh mengenai alur kerja dan tantangan yang dihadapi oleh tim marketing dalam dunia kerja nyata. Hal ini menjadi bekal berharga dalam membentuk pola pikir profesional dan etos kerja yang kuat.

### 3.2 Pelaksanaan Kerja Praktikan

melaksanakan Kerja Praktik (KP) selama kurang lebih ±400 jam atau tiga bulan, yang dimulai pada tanggal 10 Maret 2025 hingga 2 Juni 2025. Pelaksanaan kerja praktik ini mengikuti jam kerja yang berlaku di ASTRIDO DAIHATSU SERPONG, yaitu hari Senin sampai dengan Jumat pukul 08.30–16.30 WIB, dan hari Sabtu pukul 08.30–14.30 WIB. Pada hari pertama, praktikan mendapatkan

arahan dan bimbingan dari pembimbing kerja praktik yang menjelaskan berbagai prosedur kerja serta peraturan yang berlaku di lingkungan perusahaan. Praktikan juga diperkenalkan kepada para karyawan dan staf yang ada di divisi terkait, serta diberikan gambaran mengenai tugas dan tanggung jawab selama masa kerja praktik. 32 Praktikan ditempatkan di bagian Administrasi dan Customer Service, dan diberikan tugas utama untuk membantu pekerjaan harian staf, khususnya dalam hal:  Mempersiapkan file-file dan dokumen seperti data pelanggan, formulir layanan, dan arsip transaksi.  Melakukan penginputan dan pelaporan data hasil kerja dari kegiatan layanan atau promosi yang telah dan akan diselenggarakan oleh perusahaan.  Mendampingi kegiatan promosi, pameran, atau event pemasaran unit kendaraan, khususnya dalam bidang pelayanan dan dokumentasi. Selain itu, praktikan juga berperan dalam mendukung kelancaran operasional divisi, termasuk membantu staf dalam tugas administrasi, pengarsipan, serta pelayanan kepada konsumen. Melalui kegiatan kerja praktik ini, praktikan mendapatkan pemahaman yang lebih baik mengenai dunia kerja di industri otomotif serta meningkatkan kemampuan dalam pengelolaan administrasi, komunikasi layanan pelanggan, dan koordinasi kerja tim.

### 3.2.1 Penginputan Laporan Hasil Kerja Praktikan memiliki jobdesk pada divisi ini, salah satunya yaitu melakukan penginputan laporan hasil kerja harian dan bulanan tim sales. Penginputan tersebut berupa pencatatan data prospek, hasil follow-up pelanggan, serta unit kendaraan yang berhasil terjual selama periode tertentu. Praktikan mengerjakan laporan hasil kerja tersebut menggunakan Google form. Data yang diinput meliputi nama pelanggan, jenis kendaraan yang diminati, skema SPK. Jika penginputan telah selesai dikerjakan, file laporan tersebut kemudian dikirimkan kepada Supervisor Sales untuk direkap dan dianalisis lebih lanjut.

### 3.2.2 Follow-up Calon Klien Follow-up kepada calon klien merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan pemasaran dan penjualan. Dalam dunia kerja khususnya di bidang sales marketing, follow-up bukan sekadar rutinitas, melainkan strategi yang

sangat menentukan dalam mengubah prospek menjadi pelanggan yang loyal. Di Astrido Daihatsu, kegiatan follow-up dilaksanakan secara konsisten, terstruktur, dan menyesuaikan dengan karakteristik masing-masing calon klien. Sebagai bagian dari tim Sales Marketing, saya secara langsung terlibat dalam proses ini, dan menjadikannya sebagai bagian inti dari aktivitas kerja harian. Tujuan Follow-up dilakukan dengan tujuan utama untuk membina komunikasi dua arah yang positif dengan calon klien. Tujuan lainnya termasuk:

- Menjaga agar nama dan brand perusahaan tetap diingat oleh calon klien.
- Meningkatkan kemungkinan terjadinya transaksi.
- Mengumpulkan feedback atau informasi lebih lanjut mengenai kebutuhan dan preferensi pelanggan.
- Membangun hubungan jangka panjang yang berpotensi menghasilkan loyalitas pelanggan.

Dengan pendekatan follow-up yang tepat, perusahaan dapat menunjukkan komitmen dalam memberikan pelayanan yang profesional serta menumbuhkan kepercayaan dari pihak klien. Tahapan Proses Follow-up Selama menjalani pekerjaan sebagai sales marketing di Astrido Daihatsu, saya terlibat aktif dalam seluruh tahapan follow-up kepada calon klien, mulai dari pengumpulan data hingga pelaporan hasil. Berikut adalah tahapan-tahapan yang dijalankan:

1. Penyusunan Database Calon Pelanggan  
Langkah awal dari proses follow-up adalah menyusun database yang akurat dan terstruktur. Database ini diperoleh dari berbagai sumber, antara lain:
  1. Pameran atau event penjualan: Saat perusahaan mengadakan event promosi di mall atau tempat umum, pengunjung yang tertarik biasanya akan mengisi formulir data seperti nama, nomor telepon, email, dan kendaraan yang diminati.
  2. Showroom: Data juga dikumpulkan dari pengunjung yang datang langsung ke showroom dan menunjukkan ketertarikan terhadap produk Daihatsu.
  3. Leads online: Beberapa klien datang dari iklan digital seperti Facebook Ads atau Instagram Ads yang mengarahkan mereka untuk mengisi form online. Data yang telah terkumpul ini kemudian dimasukkan ke dalam sistem CRM (Customer Relationship Management) perusahaan. Dalam CRM, setiap calon klien diberi status seperti "baru",

"sudah dihubungi", "berminat", atau "tidak tertarik", yang membantu tim dalam melakukan pendekatan yang sesuai. 2. Pengiriman Pesan Follow-up yang Sopan dan Persuasif 36 Setelah database siap, tahap berikutnya adalah melakukan kontak awal dan follow-up. Dalam hal ini, komunikasi dilakukan melalui: ● WhatsApp Business: Merupakan media paling efektif dan cepat karena respons dari calon klien cenderung tinggi.

● Email: Digunakan sebagai media formal dan pendukung untuk mengirimkan brosur, simulasi kredit, atau penawaran harga secara resmi.

Pesan follow-up disusun dengan bahasa yang profesional namun tetap ramah. Berikut adalah beberapa poin penting yang selalu saya perhatikan dalam mengirimkan follow-up: 1. Menyapa klien dengan nama yang benar. Menyebutkan asal data klien (misalnya dari pameran atau showroom). 2. Menawarkan bantuan dengan kalimat yang tidak menekan atau terlalu memaksa. 3. Menyertakan informasi yang relevan seperti harga, promo, dan program kredit. 4. Menutup pesan dengan ajakan terbuka, seperti "Jika Bapak/Ibu bersedia, saya siap membantu kapan pun diperlukan. Contoh pesan follow-up:

"Selamat siang Bapak Andi, perkenalkan saya Ferdi dari Astrido

Daihatsu. Terima kasih telah mengunjungi booth kami di Kopi Melanjtong.

Saya ingin menginformasikan bahwa saat ini tersedia promo DP ringan untuk unit Daihatsu Siga.

1 Jika Bapak tertarik, saya siap membantu memberikan informasi lebih lanjut atau simulasi kredit. Terima kasih, semoga harinya menyenangkan!

3. Mencatat dan Mengelompokkan Respons Pelanggan 37

Setelah follow-up dilakukan, langkah selanjutnya adalah mencatat respon dari pelanggan dan mengelompokkannya berdasarkan kategori. Kategori tersebut meliputi: 1. Berminat dan siap membeli: Klien yang merespons dengan positif dan menanyakan lebih lanjut soal harga, tipe, atau skema kredit. 2. Masih mempertimbangkan: Klien yang belum mengambil keputusan, namun menunjukkan ketertarikan. 3. Tidak tertarik atau tidak merespons: Klien yang menolak secara sopan atau tidak membalas pesan dalam jangka waktu tertentu. Data ini penting untuk menentukan strategi lanjutan.

Untuk klien yang berminat, kami biasanya akan melakukan penawaran lebih

lanjut dan mengatur pertemuan di showroom atau test drive. Untuk klien yang masih ragu, pendekatan dilakukan secara berkala (soft follow-up) tanpa membuat mereka merasa terganggu. Sementara itu, data klien yang tidak tertarik tetap disimpan sebagai arsip untuk kemungkinan kebutuhan di masa mendatang.

4. Pelaporan Hasil Follow-up Setiap hasil follow-up dicatat dan dilaporkan kepada atasan dalam bentuk laporan harian dan mingguan. Format laporan mencakup:

- Nama klien
- Nomor kontak
- Sumber data (event, showroom, online)
- Respons klien
- Status tindak lanjut

38 Laporan ini berguna untuk:

- Evaluasi kinerja individu sales
- Menentukan strategi pendekatan klien selanjutnya
- Melacak efektivitas kampanye promosi atau event

Dengan adanya laporan yang terstruktur, atasan dapat memberikan arahan yang tepat dan mendorong percepatan proses penjualan.

Pengalaman dan Pembelajaran Selama Proses Follow-up Mengikuti dan melaksanakan proses follow-up secara aktif memberikan banyak pengalaman dan pelajaran berharga bagi saya sebagai karyawan di bidang sales marketing. Beberapa pelajaran penting yang saya dapatkan antara lain:

1. Menjadi Komunikator yang Efektif Komunikasi adalah kunci utama dalam proses follow-up. Saya belajar menyampaikan pesan secara ringkas, jelas, dan sopan. Saya juga memahami pentingnya mendengarkan kebutuhan klien secara aktif agar dapat memberikan solusi yang tepat sasaran.
2. Memahami Karakteristik Pelanggan Setiap klien memiliki latar belakang, gaya komunikasi, dan kebutuhan yang berbeda. Dengan melakukan banyak interaksi, saya mulai mampu membaca karakter klien berdasarkan cara mereka merespons. Hal ini membantu saya menyesuaikan pendekatan, baik dari sisi bahasa, tempo komunikasi, maupun jenis informasi yang disampaikan.
3. Konsistensi dan Ketekunan Tidak semua klien langsung merespons atau bersedia membeli di awal. Diperlukan ketekunan dan kesabaran untuk tetap menjaga komunikasi tanpa terlihat memaksa. Saya belajar bahwa keberhasilan dalam menjual produk bukan hanya soal harga atau promosi, tapi juga seberapa besar kepercayaan yang kita bangun

melalui komunikasi yang konsisten. 4. Profesionalisme dan Etika Dalam setiap interaksi, penting untuk tetap menjaga etika profesional. Tidak memaksakan, tidak membanjiri pesan, dan selalu menjaga bahasa tetap sopan adalah prinsip yang saya pegang dalam proses follow-up. Hal ini penting agar nama baik perusahaan tetap terjaga, bahkan jika klien belum jadi membeli.

### 3.2.3 Membuat dan Merekap Surat Penawaran Harga

Pembuatan Surat Penawaran Harga (SPH) adalah bagian penting dari proses penjualan. Dokumen ini berisi rincian harga kendaraan, diskon yang ditawarkan, skema pembayaran, dan bonus tambahan lainnya. Praktikan mendapat kesempatan untuk membantu dalam pembuatan SPH berdasarkan data dari tim penjualan. Langkah-langkah yang dilakukan meliputi:

- Menginput data pelanggan ke dalam format SPH
- Memastikan informasi seperti tipe kendaraan, warna, dan harga sudah sesuai
- Menyesuaikan dengan promo yang sedang berlaku
- Menyimpan dokumen secara sistematis agar mudah dilacak dan direkap

Dengan keterlibatan dalam proses ini, praktikan belajar tentang pentingnya ketelitian dan keakuratan dalam pekerjaan administratif, serta bagaimana penawaran harga yang tepat dapat menjadi kunci keberhasilan transaksi penjualan.

### 3.2.4 Analisis Kompetitor

Dalam upaya memperkuat posisi di pasar, tim marketing di PT Astrido Daihatsu secara rutin melakukan analisis kompetitor. Praktikan dilibatkan dalam proses ini untuk mempelajari strategi promosi yang digunakan oleh merek lain, seperti Toyota, Honda, Suzuki, dan lainnya. Beberapa aspek yang dianalisis adalah:

- Harga unit kendaraan sejenis
- Strategi diskon dan bonus
- Desain dan pesan promosi di media sosial
- Frekuensi update konten dan engagement dari audiens

Dari kegiatan ini, praktikan memahami bahwa kompetitor bukanlah musuh yang harus dijatuhkan, melainkan sumber pembelajaran dan inspirasi untuk terus meningkatkan kualitas strategi pemasaran yang dimiliki perusahaan.

### 3.3 Kendala yang Dihadapi Selama menjalani kerja profesi, praktikan tentu menghadapi berbagai tantangan yang menjadi bagian dari proses pembelajaran.

antara lain: 1. Adaptasi Lingkungan Baru Di awal masa kerja, praktikan menghadapi tantangan dalam menyesuaikan diri dengan lingkungan kerja baru, sistem kerja, serta ritme profesional yang berbeda dengan dunia perkuliahan. 2. Kurangnya Pengetahuan Produk Praktikan merasa kurang familiar dengan detail spesifikasi teknis 41 kendaraan dan proses pembelian mobil, terutama sistem kredit. Hal ini mendorong praktikan untuk belajar lebih giat melalui literatur, website resmi, dan bertanya kepada staf senior. 3. Manajemen Waktu Terdapat beberapa momen ketika praktikan harus menyelesaikan beberapa tugas dalam waktu bersamaan, seperti membuat konten dan menyusun SPH, sehingga keterampilan manajemen waktu menjadi sangat penting. 4. Keterbatasan Akses dalam Pengambilan Keputusan Sebagai mahasiswa magang, praktikan belum memiliki kewenangan untuk mengambil keputusan strategis, sehingga ide- ide yang dimiliki tidak selalu dapat langsung diimplementasikan. Meski menghadapi kendala, praktikan menjadikan setiap tantangan sebagai kesempatan untuk belajar dan berkembang. Dukungan dari pembimbing lapangan serta rekan kerja yang kooperatif turut membantu praktikan untuk melewati masa kerja profesi dengan baik.

### 3.4 Cara Menghadapi Kendala Walaupun dalam pelaksanaan KP

terdapat beberapa hambatan yang dihadapi oleh mahasiswa, dalam mengatasi hambatan tersebut diatasi dengan cara :

- Adaptasi Lingkungan Baru**  
Untuk mempercepat proses adaptasi, praktikan aktif menjalin komunikasi dengan rekan kerja dan mengikuti budaya kerja yang berlaku di lingkungan perusahaan. Praktikan juga berinisiatif mengamati cara kerja staf senior dan menyesuaikan diri secara perlahan terhadap ritme kerja profesional.
- Kurangnya Pengetahuan Produk Praktikan mengatasi keterbatasan ini dengan cara** 42 mempelajari brosur produk, membaca informasi di website resmi Daihatsu, serta mengikuti pelatihan internal yang tersedia. Selain itu, praktikan secara proaktif bertanya kepada staf senior maupun sales supervisor untuk memahami lebih dalam mengenai spesifikasi mobil, skema pembiayaan, dan kebutuhan konsumen.
- Manajemen Waktu Untuk mengelola waktu secara efektif, praktikan mulai membuat daftar prioritas**

harian dan menetapkan target penyelesaian tugas. Penggunaan tools seperti kalender digital dan reminder juga membantu praktikan dalam mengatur jadwal agar tidak bentrok antara satu tugas dengan tugas lainnya. d. Keterbatasan Akses dalam Pengambilan Keputusan Meskipun belum memiliki wewenang strategis, praktikan tetap mencatat dan mendokumentasikan ide-ide yang dimiliki. Ide-ide tersebut kemudian dikonsultasikan kepada pembimbing lapangan atau atasan secara formal maupun informal, sebagai bentuk kontribusi dan partisipasi aktif dalam lingkungan kerja.

### 3.4.1 Penginputan Laporan Hasil Kerja pada Divisi Sales Marketing Dalam mengatasi kendala seperti kurang lengkapnya data calon konsumen, praktikan melakukan konfirmasi ulang kepada konsumen melalui pesan WhatsApp atau panggilan telepon. Selain itu, praktikan juga dibantu oleh arahan dari atasan langsung, sehingga data yang dibutuhkan untuk keperluan laporan harian dan sistem CRM dapat dilengkapi dengan baik dan akurat.

### 3.4.2 Menyusun Berkas Kelengkapan Data Konsumen & Scanning Dalam menyusun berkas kelengkapan data konsumen, praktikan melakukan pengecekan ulang (double check) terhadap kelengkapan dokumen seperti fotokopi KTP, SIM, NPWP, dan dokumen pendukung lainnya sebelum diserahkan ke bagian administrasi. Untuk proses pemindaian (scanning), praktikan menggunakan aplikasi yang tersedia di handphone pribadi agar proses pengeditan menjadi lebih praktis jika hasil scan kurang rapi.

### 3.4.3 Menjadi Tim Pembantu Staff Dalam membantu kinerja staff di divisi Sales Marketing, praktikan menyelesaikan tugas-tugas sesuai dengan arahan yang diberikan agar pekerjaan dapat diselesaikan dengan maksimal dan terhindar dari kesalahan. Praktikan juga berperan dalam mendukung kegiatan penjualan harian, seperti follow-up konsumen, membuat janji test drive, dan mendampingi customer saat proses transaksi.

## 3.5 Pembelajaran yang Diperoleh dari Kerja Profesi Setelah menjalani kerja profesi selama 3 bulan di Astrido Daihatsu, praktikan memperoleh banyak pembelajaran berharga yang tidak hanya mendukung teori perkuliahan, tetapi juga memberikan wawasan nyata mengenai dunia kerja. Berikut adalah beberapa

hal yang dipelajari: 3.5.1 Pada Bidang Manajemen Pemasaran Dari teori Manajemen Pemasaran yang telah dipelajari di bangku kuliah, praktikan dapat memahami bagaimana strategi pemasaran diterapkan secara langsung dalam dunia kerja. Praktikan terlibat dalam proses promosi produk, seperti menyusun strategi penawaran diskon, merancang komunikasi promosi melalui WhatsApp Broadcast, dan berinteraksi langsung dengan calon konsumen untuk membangun minat beli. 44 3.5.2 Kerja Sama Tim Selama menjalani kerja profesi, seluruh staff dan karyawan saling membantu satu sama lain dalam menyelesaikan tugas. Jika ada rekan yang mengalami kesulitan, mereka tidak segan membantu meskipun itu bukan tugas utama mereka. 16 Hal ini menciptakan lingkungan kerja yang positif dan kolaboratif. Praktikan juga merasakan kerja tim yang solid dalam menyusun strategi penjualan mingguan. 3.5 12 3 Komunikasi Bisnis Praktikan memperoleh pembelajaran dalam menjalin komunikasi bisnis, baik secara lisan maupun tulisan. Praktikan belajar memilih kata yang tepat saat berinteraksi dengan konsumen, agar tidak terjadi kesalahpahaman. Selain itu, praktikan juga turut memahami bagaimana menyusun pesan penawaran yang sopan dan persuasif, termasuk dalam pembuatan pesan promosi, follow-up, dan penawaran harga melalui media elektronik. 3.5.4 Menambah Wawasan dalam Dunia Kerja Selama menjalani kerja profesi, praktikan mendapatkan banyak wawasan terkait sistem kerja di dealer otomotif. Praktikan turun langsung dalam aktivitas pemasaran, memahami proses penjualan dari awal hingga akhir, termasuk bagaimana menghadapi konsumen, menjelaskan fitur produk, melakukan test drive, hingga mengurus dokumen pembelian kendaraan. 3.5.5 Budaya Perusahaan Praktikan memahami bahwa setiap perusahaan memiliki budaya kerja yang berbeda. Di Astrido Daihatsu, praktikan melihat budaya kerja yang profesional namun tetap kekeluargaan. Setiap karyawan dihargai kontribusinya, dan terdapat sistem koordinasi yang jelas antara atasan 45 dan staff. 11 Praktikan juga belajar pentingnya disiplin waktu, tanggung jawab individu, serta etika kerja yang diterapkan di lingkungan dealer. 46 BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN 4.1 Kesimpulan Berdasarkan pelaksanaan kerja profesi yang telah

dilaksanakan selama  $\pm 3$  bulan di PT Astrido Daihatsu Serpong pada Divisi Sales Marketing, praktikan memperoleh banyak pengalaman dan pembelajaran yang sangat berharga. Kerja profesi ini tidak hanya memperkenalkan mahasiswa pada dunia kerja secara langsung, tetapi juga menjadi sarana penerapan ilmu manajemen pemasaran secara nyata. Praktikan terlibat langsung dalam berbagai kegiatan penting seperti penyusunan laporan penjualan, follow-up calon pelanggan, penyusunan surat penawaran harga, hingga kegiatan promosi digital dan konvensional. Hal ini menunjukkan bahwa divisi marketing memiliki peran sentral dalam menjaga kinerja perusahaan di tengah persaingan industri otomotif yang ketat. Melalui kerja profesi ini, praktikan juga belajar mengenai pentingnya kerja sama tim, komunikasi bisnis yang efektif, manajemen waktu, serta etika kerja profesional. Pengalaman sebagai karyawan tetap yang juga menjalani kerja profesi membuat pembelajaran menjadi lebih kontekstual dan nyata, sehingga dapat membentuk kesiapan untuk menghadapi tantangan di dunia kerja setelah lulus nanti.

#### 4.2 Saran Berdasarkan pelaksanaan kerja profesi di PT Astrido Daihatsu Serpong, berikut adalah lima saran yang dapat dipertimbangkan oleh perusahaan untuk meningkatkan efektivitas operasional, khususnya di Divisi Sales Marketing:

1. Peningkatan Sistem Pengelolaan Database Konsumen Disarankan agar perusahaan mengoptimalkan sistem CRM (Customer Relationship Management) yang lebih terintegrasi dan mudah diakses, agar data prospek dan pelanggan lebih akurat, lengkap, serta minim duplikasi. Hal ini akan sangat membantu dalam proses follow-up dan analisis pemasaran.
2. Penyusunan SOP untuk Follow-Up Calon Pelanggan Perusahaan sebaiknya membuat standar operasional prosedur (SOP) tertulis mengenai tahapan dan interval follow-up calon konsumen, agar semua staf marketing memiliki panduan yang konsisten dalam menjaga komunikasi dan meningkatkan potensi closing.
3. Pelatihan Rutin Terkait Produk dan Teknik Komunikasi Diperlukan pelatihan secara berkala bagi seluruh tim marketing mengenai update spesifikasi produk, program pembiayaan, serta teknik komunikasi persuasif yang sesuai dengan tren

REPORT #27341063

konsumen saat ini, agar kualitas pelayanan tetap kompetitif. 4. Peningkatan Ketersediaan Peralatan Kantor dan Sarana Penunjang Beberapa hambatan teknis seperti keterbatasan akses komputer, printer, dan mesin fotokopi masih ditemukan. Penyediaan alat kerja yang memadai akan meningkatkan efisiensi administrasi dan kenyamanan kerja karyawan maupun praktikan. 5. Evaluasi dan Inovasi Strategi Promosi Digital Perusahaan disarankan untuk rutin mengevaluasi efektivitas kampanye promosi digital, serta terus berinovasi dengan pendekatan konten yang lebih kreatif, seperti video interaktif, ulasan pelanggan, dan promosi berbasis momen (event-based marketing) di media sosial 48



REPORT #27341063

## Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	<b>3.29%</b> eprints.upj.ac.id <a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/3586/11/BAB%201%20KP.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/3586/11/BAB%201%20KP.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
2.	<b>0.47%</b> eprints.upj.ac.id <a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9756/12/BAB%20II.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9756/12/BAB%20II.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
3.	<b>0.27%</b> lib-fisib.unpak.ac.id <a href="https://lib-fisib.unpak.ac.id/index.php?p=fstream-pdf&amp;fid=444&amp;bid=11653">https://lib-fisib.unpak.ac.id/index.php?p=fstream-pdf&amp;fid=444&amp;bid=11653</a>	●
INTERNET SOURCE		
4.	<b>0.25%</b> manajemen.uma.ac.id <a href="https://manajemen.uma.ac.id/2021/11/pentingnya-pelatihan-kerja-bagi-karyaw...">https://manajemen.uma.ac.id/2021/11/pentingnya-pelatihan-kerja-bagi-karyaw...</a>	●
INTERNET SOURCE		
5.	<b>0.22%</b> eprints.upj.ac.id <a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9738/10/BAB%20I.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9738/10/BAB%20I.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
6.	<b>0.21%</b> ojs.darulhuda.or.id <a href="https://ojs.darulhuda.or.id/index.php/Socius/article/download/689/719">https://ojs.darulhuda.or.id/index.php/Socius/article/download/689/719</a>	●
INTERNET SOURCE		
7.	<b>0.2%</b> sman55jakarta.sch.id <a href="https://sman55jakarta.sch.id/pelatihan-pendidik/">https://sman55jakarta.sch.id/pelatihan-pendidik/</a>	●
INTERNET SOURCE		
8.	<b>0.2%</b> ukm.stiepas.ac.id <a href="https://ukm.stiepas.ac.id/wp-content/uploads/2023/10/buku-Pengantar-Ecomm..">https://ukm.stiepas.ac.id/wp-content/uploads/2023/10/buku-Pengantar-Ecomm..</a>	●
INTERNET SOURCE		
9.	<b>0.19%</b> triomotor.co.id <a href="https://triomotor.co.id/m/servis-murah-dan-praktis-trio-motor-sampit-sambang..">https://triomotor.co.id/m/servis-murah-dan-praktis-trio-motor-sampit-sambang..</a>	●



REPORT #27341063

INTERNET SOURCE		
10.	0.18% <a href="http://www.hondamitrajaya.com">www.hondamitrajaya.com</a> <a href="https://www.hondamitrajaya.com/article/keuntungan-servis-motor-di-bengkel-...">https://www.hondamitrajaya.com/article/keuntungan-servis-motor-di-bengkel-...</a>	●
INTERNET SOURCE		
11.	0.18% <a href="http://d3mi.usk.ac.id">d3mi.usk.ac.id</a> <a href="https://d3mi.usk.ac.id/detail-artikel/magang-kkp">https://d3mi.usk.ac.id/detail-artikel/magang-kkp</a>	●
INTERNET SOURCE		
12.	0.18% <a href="http://www.gramedia.com">www.gramedia.com</a> <a href="https://www.gramedia.com/literasi/sales-marketing/?srsltid=AfmBOordUqGOzc...">https://www.gramedia.com/literasi/sales-marketing/?srsltid=AfmBOordUqGOzc...</a>	●
INTERNET SOURCE		
13.	0.17% <a href="http://repository.atmaluhur.ac.id">repository.atmaluhur.ac.id</a> <a href="https://repository.atmaluhur.ac.id/bitstream/handle/123456789/2084/BAB%20I...">https://repository.atmaluhur.ac.id/bitstream/handle/123456789/2084/BAB%20I...</a>	●
INTERNET SOURCE		
14.	0.14% <a href="http://hondaserimpi.com">hondaserimpi.com</a> <a href="https://hondaserimpi.com/2025/04/14/tips-memilih-bengkel-motor-resmi-yang...">https://hondaserimpi.com/2025/04/14/tips-memilih-bengkel-motor-resmi-yang...</a>	●
INTERNET SOURCE		
15.	0.1% <a href="http://eprints.upj.ac.id">eprints.upj.ac.id</a> <a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/957/3/10.%20BAB%201.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/957/3/10.%20BAB%201.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
16.	0.09% <a href="http://jhonnythiodoran.id">jhonnythiodoran.id</a> <a href="https://jhonnythiodoran.id/manfaat-menerima-kritik/">https://jhonnythiodoran.id/manfaat-menerima-kritik/</a>	●
INTERNET SOURCE		
17.	0.06% <a href="http://repository.unja.ac.id">repository.unja.ac.id</a> <a href="https://repository.unja.ac.id/57982/8/BAB%20III.pdf">https://repository.unja.ac.id/57982/8/BAB%20III.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
18.	0.05% <a href="http://repository.uisi.ac.id">repository.uisi.ac.id</a> <a href="https://repository.uisi.ac.id/5821/1/KERJA%20PRAKTIK%20-%20%28AZIZAH%20..">https://repository.uisi.ac.id/5821/1/KERJA%20PRAKTIK%20-%20%28AZIZAH%20..</a>	●
INTERNET SOURCE		
19.	0.04% <a href="http://eprints.unpak.ac.id">eprints.unpak.ac.id</a> <a href="https://eprints.unpak.ac.id/8002/1/Savira%20Faradiba%20021118093_PDF%20S..">https://eprints.unpak.ac.id/8002/1/Savira%20Faradiba%20021118093_PDF%20S..</a>	●



REPORT #27341063

● QUOTES

INTERNET SOURCE

1. **0.12%** **www.doku.com**

<https://www.doku.com/blog/cara-follow-up-customer/>